

## ABSTRAK

**Identifikasi Faktor-Faktor**  
*Gratification of Niche* dalam  
**Preferensi Media Komunikasi**  
*Melalui Face-to-Face, Instant Messaging*  
**dan Media Sosial sebagai Penunjang**  
**Proses Belajar di Kalangan Siswa**  
**Kelas XI SMA N Ajibarang,**  
**Kabupaten Bayumas**  
**Tiur Kartikawati Renata Sari**  
**F1C013046**  
**126hal+41lam+42tbl+xix**  
**Ilmu Komunikasi**

**Universitas Jendral Soedirman**

**Fakultas Ilmu Sosial**  
**dan Ilmu Politik**

**Mei, 2017**

Persaingan media komunikasi di era digital merupakan fenomena yang sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari. Kecanggihan teknologi menggeser pola komunikasi manusia yang termediasi internet sehingga menimbulkan pertanyaan eksistensi dari pemanfaatan media komunikasi konvensional. *Gratification of Niche* merupakan pijakan teori yang mampu mendeterminasi persaingan antarmedia berdasarkan *gratification statement* yang disusun dalam kuesioner termasuk *gratification opportunities*.

Tujuan penelitian untuk mengidentifikasi faktor yang melatarbelakangi preferensi media oleh siswa dalam kaitannya sebagai penunjang proses kegiatan belajar. Selain itu, penelitian ini menjawab *research question* yang spesifik terhadap dimensi *Niche* meliputi *Niche Breadth*, *Niche Overlap*, *Niche Superiority*, dan adanya *Displacement Effect* persaingan media komunikasi *instant messaging*, media sosial dan *face-to-face*. Subjek penelitian adalah siswa kelas XI di SMA Negeri Ajibarang dengan sampel sebanyak 76 responden.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian secara kuantitatif menggunakan analisis faktor dan *t-test*. Berdasarkan perhitungan data kuesioner, hasil yang diperoleh yakni; 1.) Terdapat faktor-faktor yang berbeda untuk tiap media, 2.) *Niche Breadth* terluas adalah komunikasi *face-to-face*, 3.) *Niche Overlap* menunjukkan persaingan antarmedia lemah, 4.) *Niche Superiority* dimenangkan oleh *instant messaging*, 5.) Dalam penelitian ini tidak ditemukan adanya *Displacement Effect*, 6.) Uji *t* menunjukkan preferensi siswa mengarah pada penggunaan *instant messaging*.

**Kata kunci:** *Uses & Gratification, Gratification of Niche, Computer Mediated Communication, Persaingan Media.*

## ABSTRACT

**Identifikasi Faktor-Faktor  
Gratification of Niche dalam  
Preferensi Media Komunikasi  
Melalui Face-to-Face, Instant Messaging  
dan Media Sosial sebagai Penunjang  
Proses Belajar di Kalangan Siswa  
Kelas XI SMA N Ajibarang,  
Kabupaten Bayumas  
Tiur Kartikawati Renata Sari  
F1C013046  
126hal+41lam+42tbl+xix  
Ilmu Komunikasi**

**Universitas Jendral Soedirman**

**Fakultas Ilmu Sosial  
dan Ilmu Politik**

**Mei, 2017**

*Nowdays, the competition between communication media in digital era issuch a phenomena. Sophisticated technologyshifts communication pattern into computer mediated communication and, consequently, leaves a question about the existence of the conventional media. Gratification of Niche is the theory to stand and determine the competition based on gratification statement in questionnaire, including the gratification opportunities.*

*Main goal of this research is to identify factors that influence student's preferences of media in studying case. Other than that, this research answer specific research questions about Niche dimentions, including Niche Breadth, Niche Overlap, Niche Superiority, Displacement Effect and Media Preference between instant messaging, social media and face-to-face communication.*

*The subject in this research is a group of grade XI students of SMA N Ajibarang with 76 students for sample. This research uses quantitative method utilizing factor analysis and t-test. Based on questionnaire data, results show; 1.) There is different factors on each media, 2.) Face-to-face has the widest Niche Breadth, 3.) Niche overlap shows weak inter-media competition, 4.) Instant messaging is the winner of Niche Superiority, 5.) There is no displacement effect, 6.) T-test shows students prefer to use instant messaging*

**Keyword: Uses & Gratification, Gratification of Niche, Computer Mediated Communication, Persaingan Media**